

JingjiQuanqiuHuaBeijingxia
De
FuwuYingxiao

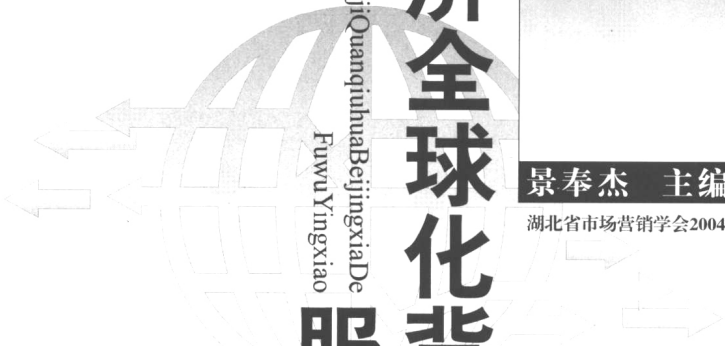
景奉杰 主编

经济全球化背景下的 服务营销

——湖北省市场营销学会2004年学术年会论文集



 中国财政经济出版社



经济全球化背景下的 服务营销

JingjiQuangqiuhuaBeijingxiaDe
FuwuYingxiao

景奉杰 主编

湖北省市场营销学会2004年学术年会论文集

中国财政经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

经济全球化背景下的服务营销:湖北省市场营销学会 2004 年学术年会论文集/景奉杰主编. —北京:中国财政经济出版社,2005.7

ISBN 7-5005-8397-4

I. 经... II. 景... III. 市场营销学—学术会议—文集 IV. F713.50-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 071816 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址:北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码:100036

发行处电话:(010)88190406 财经书店电话:(010)64033436

湖北南财文化发展有限公司电话:(027)88320800 88324370

华中科技大学印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 45.5 印张 910 千字

2005 年 9 月第 1 版 2005 年 9 月武汉第 1 次印刷

定价:68.00 元

ISBN 7-5005-8397-4/F·7324

(图书出现印装问题,南财文化负责调换)

JingjiQuanghuhuaBeijingxia
De
FuwuYingxiao

经济全球化背景下的 服务营销



JingjiQuanqiuhuaBeijingxia
De
FuwuYingxiao



湖北南财文化发展有限公司
HUBEI NANCAI CULTURE DEVELOPMENT CO.,LTD

销售热线: 027-88324370 88320800

网 址: www.nancaibook.com

电子邮件: nancaibook@yahoo.com.cn

编辑委员会

Bianjiweiyuanhui

顾 问 彭星间

主 任 甘碧群

编 委 (按姓氏笔画排序)

万后芬 叶万春 田志龙 艾学蛟

艾路明 刘国梁 陈 涛 张邦国

严学军 李崇光 贾宝军 徐学敏

袁厚安 梁亮胜 景奉杰 魏继斌

主 编 景奉杰

副主编 欧阳卓飞 张广玲 张光忠

目 录

服务营销基本理论

国内外服务营销研究现状	田志龙 戴 鑫 戴 黎 樊 帅 (3)
服务过程中的顾客互动及其营销管理策略	黎建新 甘碧群 (15)
提高客户满意度 增强市场竞争力	
——广告代理商提高市场竞争力的对策思考	万后芬 (23)
服务营销整合创造顾客忠诚	严学军 颜晓兵 (29)
服务补救研究综述	景奉杰 王 毅 (34)
浅析服务的品牌营销	宁昌会 (40)
服务创新制胜	欧阳卓飞 (46)
运用关系营销理论提升我国服务业竞争力	李春成 杨 菁 李崇光 (51)
试析企业获取竞争优势的路径——兼论服务营销的作用	张开华 (59)
全球化背景下的服务营销战略	陈 涛 吴 衡 (63)
建立新型的零售商——供应商关系	汤定娜 (70)
服务营销策略研究	杨礼茂 (75)
广告传播服务营销的市场拓展	蔡嘉清 刘 畅 姜蕾歌 (80)
服务型组织的内部营销管理体系构建探讨	王建明 (85)
关于提高企业服务营销水平的若干思考	杨君茹 (90)
基于服务营销的营销审计初探	齐向阳 李颖灏 (96)
差距化模型在服务营销中的应用	袁春平 (101)
体验导向的服务营销势在必行	陈 敏 (106)
顾客网络互动和顾客授权管理	邱念东 郑 莉 (114)
从系统的视角重塑服务补救体系	谭 刚 (121)
对服务补救战略的思考	周 明 (127)

澳大利亚服务业开拓国际市场的营销策略	曹 亮(131)
管理接触性雇员:服务企业授权决策的理论模型	寿志钢(137)
服务业发展水平影响因素 GM(1,N)分析	曾伏娥(143)
服务营销的推测变分法分析	周世民(151)
服务营销——市场竞争的利器	叶红春 张 峰(156)
体验营销与服务营销之比较研究	黄 静 李冰心(161)
服务营销中文化魅力的彰显	饶丽虹 蔡嘉清 夏 星(169)
服务有形化——服务营销的有形展示	曹 刚 罗立晶(174)
全球背景下的服务营销	何志敏(178)
服务品牌化的思考	王 辉 詹志方(182)
基于消费体验构建网络营销服务模式	黄敏学 李小玲(187)
中国服务企业应对经济全球化的战略选择	彭艳君(194)
利用 E-mail 促进关系营销	阮丽华(200)
论服务营销架构模式	李志雄(205)
论以客户满意为核心的企业服务营销战略	任巧巧(210)
论服务企业的顾客关系管理	任泽光(215)
儒家文化与关系营销思想	陈汉林 向栩景(220)
知识经济与服务营销的发展	吴知新 王 燕(224)
服务营销在企业经营中的应用	李剑峰(229)
全球市场下服务流程的营销创新	赵 君(234)
服务企业建立内部营销体系的探讨	田启涛 高冬梅(238)
经济全球化背景下我国政府农村公共营销服务初探	高 韧 吴春梅(244)

服务质量研究

服务质量研究的现状与未来	王友超(251)
以服务剧场模型看提升服务价值的新视角	李长江 陈 衡 苏 繁(258)
服务质量差距分析及改进对策研究	魏想明(263)
服务质量差距模型及其在商业银行中的运用研究	张广玲 张军华(267)
基于服务交互质量的渠道关系质量研究	张广玲 武华丽(273)
服务质量差距及其对策分析	高 芳(279)
服务质量的逆向选择效应分析	邓新明 史金平(286)
服务质量管理中交互质量的思考	李天杰(291)
顾客间交互质量的管理与控制	贺远勇 何 昊(297)

基于关系网络驱动型交互质量的服务竞争

优势研究	李 晓	冯晶晶	陈素云(306)
服务产品同质化竞争中顾客感知服务质量的			
研究思考	李 晓	冯晶晶	朱光伟(313)
基于过程体验的服务交互质量测评及管理意义			陈玉国(318)
交换成本范式视角下的服务交互质量研究			徐建平(323)
经济全球化视角下服务质量问题研究	孙 伟		张中元(330)
网络环境下服务质量的评价模型	才凤艳		曹火平(336)
以人为本控制服务质量的差异性	余 樱	刘长国	王 毅(343)
运用内部营销提高企业服务质量			刘泉宏(348)
现场服务与远程服务交互质量对比研究	袁巧玲		陈雪辉(355)
网络营销服务的交互质量与管理			李红娥(361)

服务中的顾客行为

基于服务质量差异的顾客感知服务质量			潘 哲(369)
服务忠诚、服务质量与顾客忠诚的相关关系研究	贺远琼		陈 昀(376)
服务中顾客参与及其对顾客满意的影响			
——从自我服务偏见角度	景奉杰		彭艳君(383)
时间压力对消费者服务选择和价格判断的影响	刘长国	余 樱	(389)
基于服务分类的服务忠诚管理	熊 凯	张雪兰	廖以臣(394)
自助服务中的顾客互动对服务绩效的影响及其管理			江贵松(400)
服务市场中的口碑传播行为			徐 岚(404)
大型超市顾客忠诚实现战略研究			刘新燕(410)
互联网服务及其顾客满意分析	陈雪辉		黄敏学(417)
论服务性企业如何提高顾客满意度			刘 畅(422)
浅析服务业的顾客满意			李 新(428)
论营销创新实践中的隐私侵权倾向			彭红霞(433)
试析中国老年服务市场			应 斌(437)
服务营销中的顾客满意			余乐芬(442)
浅析顾客忠诚			马瑞靖(446)
网络环境下的顾客忠诚			张 宁(453)

行业服务营销

经济全球化与商业银行服务营销战略创新	徐学敏(461)
经济全球化时代我国商业银行服务营销创新策略研究	龚清华(466)
我国商业银行实施服务营销的三大策略	赵云刚(471)
我国商业银行市场营销的现状分析及策略思考	尹光霞(475)
浅析商业银行的服务营销	云虹 郭硕佳(480)
试析商业银行的有形展示策略	王青 郭昊(485)
我国银行卡业营销策略研究	谭智(490)
美国银行的服务创新	韩睿(495)
我国证券服务业 CRM 与差异化营销策略探析	陈国平 胡建平(501)
证券经纪公司的服务营销初探	叶敏(507)
新形势下本土保险企业服务营销策略	
——兼论平安保险公司的服务营销策略	魏继斌(512)
市场准入后我国零售业面临的问题及对策	李桂陵 张莹(518)
论商业企业服务品牌的创建	邵继红(523)
全球化背景下武汉流通产业的服务营销	
战略研究	陈涛 黄晗 李明(528)
浅析沃尔玛的服务营销战略	程巍 严学军(533)
经济全球化背景下的中国第三方物流营销策略	李社球(537)
经济全球化背景下物流服务绩效评价体系的探讨	刘明菲 李肖钢(542)
我国家电企业服务营销研究	李超 赵云刚(547)
经济全球化背景下旅游业服务营销的策略与方法	桂煜航(551)
关于旅游业开展服务营销的若干思考	宋伟良(558)
服务营销与旅游生态创新	李莺莉(562)
基于体验的旅游服务营销研究	熊元斌 王娟(566)
旅游产品的在线营销分析	黄漫宇(572)
旅游饭店营销创新战略研究	唐静(576)
饭店营销——标准化还是个性化	周建设(581)
中国酒店业的信息化经营与服务营销	倪晓靓(585)
移动通信业服务营销策略研究	熊会兵(589)
电信业的服务营销策略	吴燕 肖德(593)
电信营运企业服务营销研究	
——4Cs + S 整合营销模型	矫健 吴思(598)

小议电信服务企业的市场调研	郑国喜(604)
湖北移动的营销组合策略分析	云 虹 徐叶清(610)
IT 服务营销管理研究	云 虹 胡明珠(615)
武汉软件企业营销策略研究	田 亮(620)
钢铁企业服务营销策略研究	周 伟(624)
服务营销及提高我国钢铁企业服务质量的策略浅析	陈建和 罗祥英(629)
服务营销探讨及其在武钢营销战略中的实践	谢向前 王 涛(635)
钢铁行业服务营销中的路径依赖特征及其超越	章唯强 郑昀辉(640)
客户关系管理系统在钢铁业服务营销中的应用	张 颖 章唯强(646)
服务营销及其在我国航空业的应用	梁海峰(651)
服务营销在我国航空客运企业中的应用	张 婧 赵婷婷(657)
论我国铁路客运的服务营销	李桂陵 吴佑坚(663)
论农产品服务营销创新发展的系统模式	孙 剑 李崇光(668)
论以龙头企业为核心的农业科技服务 营销模式	龚继红 钟涨宝 孙 剑(673)
加强种子营销的服务职能 ——全球化背景下种子企业的营销策略选择	李艳军(678)
浅议我国医疗机构的服务营销	陈红霞(681)
探析我国医疗服务市场的发展趋势	官翠玲(685)
医疗服务需求向健康服务需求的转变	张维纯(690)
关系营销:高等教育管理与营销的新模式	袁国华(694)
以服务营销理念为指导的高校改革战略	罗东霞(704)
简论传媒运作中的服务营销策略实施	包国强(709)
试论物业管理与服务营销	杨海军(714)
我国家庭装饰业的服务营销探讨	陈 杰(718)

服务营销基本理论



经济全球化背景下的服务营销

湖北省市场营销学会2004年学术年会论文集

国内外服务营销研究现状

■ 田志龙 戴鑫 戴黎 樊帅

华中科技大学管理学院

【摘要】本文通过对国内外1995—2004近10年的营销相关期刊的检索,分析比较了国内外服务营销领域的研究主题及方法,找到我国这方面与国外的差距,提出我国服务营销今后的研究方向。

【关键词】服务营销 营销管理 中西方比较分析

加快服务业发展,提高服务业在国民经济中的地位,是中国政府经济政策多年来的重要导向之一,但此间国内专家研究表明,10多年来,服务业的增长实绩并不符合上述导向和预期(江小娟,2004)。1991年和2002年,我国服务业产出占GDP的比重分别为33%和34%,12年中仅上升了一个百分点;国家统计局2003年的国民经济和社会发展统计公报^①显示,服务业仅占当年GDP的32%。我国服务业对经济增长的贡献一直徘徊在1/3左右,明显低于同等发展水平的国家,更低于美国等西方发达国家60%—75%的一般标准。因此,加快对服务业和服务营销的研究具有深远的战略意义和重要的现实意义。

与此同时,中国大陆从20世纪90年代初开始进行服务营销的实践和理论探索。90年代初一句“中原之行哪里去——郑州亚细亚”的广告语传遍大江南北,由亚细亚所提出的众多服务理念如“微笑服务”、“顾客是上帝”等,至今仍为商界所借鉴。后期的海尔在原来良好服务的基础上推出一条龙六位一体星级服务,继而又推出“红地毯”服务,小天鹅集团贯彻“全心全意小天鹅”的服务理念和最新启动的“365天全质量客户服务计划”等都取得了较好的反应。在上述实践的基础上,中国学者从90年代中期开始陆续引入和介绍服务营销理论。从介绍服务营销的基本概念、特征到翻译出版国外经

^① 根据国家统计局《中国统计年鉴》2003年的国民经济和社会发展统计公报中服务业产值与国内生产总值(GDP)计算得来,计算过程中有四舍五入。

典服务营销书籍。但一直到 21 世纪初我国学者才开始逐步对中国本土的服务营销进行理论探讨。因此,我们认为有必要总结比较国内外服务营销的研究文献,以便能发现国内研究存在的差距,有利于明晰中国服务营销未来的研究方向。

Fisk, Brown 和 Bitner (1993) 曾经在《Journal of Retailing》杂志上发表一篇题为《Tracking the Evolution of the services Marketing Literature》的文章,对 1992 年以前的服务营销文献进行回顾,发现自 1986 年以来,服务营销的实证和理论研究的严密性不断提高,服务营销研究的主题主要包括:(1)服务质量:关注企业中全面质量管理及顾客满意度,并为评估服务质量设计模型和测量工具;(2)服务接触/服务经验:研究的重点是顾客与服务企业雇员之间的相互作用;(3)服务设计:研究成果以服务蓝图和服务路径图为主;(4)顾客保留和关系营销:关注企业如何吸引并保留顾客;(5)内部营销:将雇员视作顾客的观点。这些研究主题日益接近生产实践,并在定性研究的基础上致力于开发定量研究方法。

本论文在前人研究的基础上,对 1995 年迄今的 7 种知名国际营销期刊和国内涉及营销的 7 种知名管理期刊进行了回顾,主要关注的问题是:近 10 年来在服务营销这一研究领域有什么新的发展,国外和国内的学者主要在研究什么主题,采用了什么样的研究方法,国内外存在哪些差异和共性。以此为基础,笔者希望指出国内学者在这一课题上需要进一步研究的方向。

文献回顾及分析的步骤如下:首先,在选定的一批国际和国内著名杂志上选择有关服务营销的文献,然后从作者、研究机构、数量、主题、研究方法等方面对上述文章进行分析,从中找到国内和国际服务营销研究的异同和存在的差距,最后对文献的研究主题、方法论以及未来的研究方向作出分析。

一、研究方法

本研究首先对国际一流营销杂志进行了筛选,选择 7 本作为研究对象,其中 5 本(Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Journal of Consumer Research, Academy of Marketing Science, Journal of International Business Studies)包含一定量服务营销研究文章,2 本(The Journal of Services Marketing, Journal of Financial Services Marketing)直接与服务营销文章相关,其中,前 5 本杂志是国际公认的顶级营销杂志。另外还选择了国内与营销相关的,由国家自然科学基金委管理科学部等部门认定的 7 本管理类期刊,选择依据主要是知名度、研究范围和创刊时间,其中 5 本是管理类权威期刊(中国管理科学、管理科学学报、南开管理评论、管理世界、中国软科学),2 本是以流通服务业为主要研究对象的期刊(中国流通经济、商业经济与管理),选择依据主要是知名度、研究范围和创刊时间。

需要指出的是,虽然国内营销界目前已存在一些具有一定影响的市场营销杂志如《销售与市场》、《市场营销》、《销售与管理》、《成功营销》、《新营销》等,但还没有 1 本专门以营销研究为主的专业期刊。另外,在国内研究刊物的选择上,管理类的权

威期刊如《系统工程学报》、《管理工程学报》、《情报学报》、《会计研究》、《预测》、《科学学研究》、《科研管理》、《研究与发展管理》等因为内容很少涉及服务营销,所以没有人列;《管理评论》杂志虽然有相关研究,但因其前身《中外管理导报》不是严格意义上的研究文献,所以也没有考虑;《中国物资流通》、《中国流通经济》、《商业经济与管理》等杂志上虽然有服务营销的相关文献,也存在类似问题,但作为抽样,本文选择了《中国流通经济》和《商业经济与管理》2本杂志作为服务营销研究趋势的参考,最终形成了上述7本期刊作为本文的研究对象。

然后,笔者以“Service”(服务)为关键词,分别在 Proquest 数据库和中国期刊全文数据库(近期杂志从图书馆查阅)中,对文章标题和摘要进行搜索,在这些杂志中选择从1995年1月1日到2004年7月31日发表的与服务营销相关的文章。其间,我们对文章摘要进行了仔细的检查,以确定文章内容合适与否。最后才得到了最终的研究文献对象。

表1、表2分别列出了国际顶级的5本营销杂志和2本专业服务营销杂志每年与服务营销相关的文章分布情况,展示了不同时期服务营销的研究趋势。表3列出了各主题的概要内容、研究发展趋势等,表4列出了国际顶级营销杂志上服务营销文献的主要研究方法,回答了过去10年发表在国际知名杂志上的关于服务营销的研究主题和研究趋势等。

表5、表6列出了国内5本权威管理杂志和抽取的2本密切相关的流通类杂志每年与服务营销相关的文章分布情况,展示了不同时期服务营销的研究趋势。表7列出了各主题的概要内容、研究发展趋势等,表8列出了国内权威杂志上服务营销文献的主要研究方法,回答了过去10年发表在国际知名杂志上的关于服务营销的研究主题和研究趋势等。

二、结果

(一) 国外服务营销研究

1. 杂志文献数量及发展趋势

在过去10年里,5本顶级杂志共发表了123篇关于服务营销的研究文章,其中在 Journal of Marketing(JM)上共有51篇文章,占文章总数的41.5%,Journal of Marketing Research(JMR)以27篇位居第二。另外,1987年创刊的 The Journal of Services Marketing(JSM)和2001年创刊的 Journal of Financial Services Marketing(JFSM)2本杂志已经成为服务营销研究的专业杂志。这两本杂志10年来共有430篇服务营销方面的文章;过去10年里,有关服务营销的文章数量增长迅速,特别是在后两本专业杂志上表现更为明显,表明这一领域日益受到人们的重视。以下表格数据到2004年7月31日为止。

表 1 国际顶级营销期刊上关于服务营销的文章统计(1995—2004)

杂志名称	文章数量(篇)											比例(%)
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	小计	
Journal of Marketing(JM)	7	5	3	5	6	5	4	5	4	7	51	41.5
Journal of Marketing Research(JMR)	3	5	2	1	5	3	5	1	1	1	27	22.0
Journal of Consumer Research(JCR)	1	1	0	2	1	1	1	1	2	1	11	8.9
Marketing Science(MS)	2	1	4	2	1	0	1	5	1	1	18	14.6
Journal of International Business Studies(JIBS)	1	3	1	3	0	3	1	1	2	1	16	13.0
合计	14	15	10	13	13	12	12	13	10	11	123	100.0
比例(%)	11.4	12.2	8.1	10.6	10.6	9.8	9.8	10.6	8.1	8.9	100.0	

表 2 国际服务营销专业期刊上关于服务营销的文章统计(1995—2004)

杂志名称	文章数量(篇)											比例(%)
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	小计	
The Journal of Services Marketing(JSM)	47	33	26	27	30	31	33	48	45	17	337	78.4
Journal of Financial Services Marketing(JFSM)	0	0	0	0	0	0	15	28	35	15	93	21.6
合计	47	33	26	27	30	31	33	48	45	32	430	100.0
比例(%)	10.9	7.7	6.0	6.3	7.0	7.2	7.7	11.2	10.5	7.4	100.0	

2. 杂志文献研究主题分布及发展趋势

从表 3 可以看出,在过去 10 年中,国际顶级杂志关于服务营销的研究主题按照比重大小依次分为以下 12 个方面:

(1)服务营销中的消费者研究,如顾客在服务参与中的心理和行为特征,金融服务中跨边界自助服务时尚研究,顾客交换关系的动态理论,在线服务中的顾客需求仿真,车主满意度与购买行为研究,服务品质对于顾客全面满意和重复购买意向的不对称影响,服务场所的嗅觉因素对于顾客购买行为的影响,服务质量与顾客购买行为研究,消费者感知成本的降低分析,消费者强制性选择行为研究,基于网页的信息服务顾客需求分析,电子商务界面的服务信息研究成本分析,消费者享用服务的动态模型,从消费故事中解释消费者行为,顾客调查中的传真与邮件方式比较研究,顾客服务采用和转换的数据预测方法,基于智力账目的金融产品顾客投资行为研究,顾客服务预期的积极效果,价格公平的消费者预期,顾客在信息资源选择中的敏感性作业研究,消费者研究技术展望,实验后广告对于消费者记忆的影响,AIDS 公益服务广告对于消费者行为影响,顾客对于不同延迟类型和服务阶段的反应行为研究,消费情感判断中的性别差异,等待时间与顾客的服务购买决策,企业服务购买行为中的跨民族研究,病人在高压环境下的服务接受选择行为研究,服务中消费者行为的实验研究,健康护理行业顾客服从与瘦身关系等;